Y'A BON BANANIA ÉQUITABLE !

Commerce équitable :

quand le capitalisme se la joue « éthique »

Les renseignements radicaux – octobre 2005

Introduction

> Antidote livré clé en main avec le poison, l'éthique est consubstantielle à l'immoralité du capitalisme : moins un système est moral, plus il génère de règles, considérations, préceptes, principes, chartes éthiques dont le seul objet est de jeter de la poudre aux yeux du gogo.
>
> Hervé René Martin
>
> *La fabrique du diable - La mondialisation racontée à ceux qui la subissent II*, éd Climats, 2003

Les publicités en faveur du commerce équitable* sont de plus en plus nombreuses. En 2004, plus de la moitié des Français avait déjà entendu parler de cette initiative, et un quart déclarait avoir déjà acheté au moins un produit issu de cette filière**. Le commerce équitable sort de l'anonymat ; cette expression deviendra, sans doute, aussi connue que le terme « agriculture biologique » d'ici quelques années.

L'expression *commerce équitable* évoque des échanges pleins de justice, de réciprocité, d'égalité. Tous ces mots suscitent indéniablement l'adhésion. Serait-ce enfin la solution d'un « capitalisme à visage humain » ?***

Pas exactement...

Remerciements : merci à François Brune pour l'idée de titre (inspiré de son livre Médiatiquement correct*, éd Parangon, 2005).*

---

* L'objet de cette brochure n'est pas d'exposer en détail le fonctionnement du commerce équitable. Pour ce faire, vous pouvez consulter les sites internet de l'association Max Havelaar (www.maxhavelaarfrance.org) ou celui de la fédération Artisans du Monde (www.artisansdumonde.org).

** sondage IPSOS, juin 2004. Dans certains pays d'Europe du Nord, près de 90% des personnes interrogées connaissent cette initiative. Le café équitable représente environ 1% des ventes de café en France, près de 3% en Hollande, 5% en Suisse.

*** Cette brochure s'inspire d'une brochure des renseignements généreux (http://rengen.ouvaton.org), moins radicale dans son expression.

I Le commerce équitable maintient la domination Nord/Sud

> Il s'agit de donner aux producteurs du Sud les moyens de s'engager eux-mêmes dans une dynamique de développement. [...] Le label offre une solution pragmatique et concrète aux aspects négatifs de la mondialisation. Il contribue à l'instauration d'une économie transparente, qui prend en compte les valeurs d'un développement humain et durable.
>
> Extrait du site de l'association Max Havelaar France, février 2005

Le commerce international génère des inégalités ; il tend à précariser les producteurs des pays du Sud.* A partir de ce constat, nous pourrions imaginer des ONG du Nord tenant aux producteurs des pays du Sud le discours suivant : *Vous vivez dans la précarité à cause d'un commerce international injuste ? Sortez du système ! Cessez d'exporter ! Construisez votre propre développement ! Luttez contre les politiques internationales et locales qui génèrent ce système inique ! Révoltez-vous contre le capitalisme et pratiquez des alternatives !*

Ce n'est pas le message du commerce équitable. Celui-ci pourrait plutôt se résumer par : *Gardez espoir ! Nous allons réussir à créer ensemble un commerce international plus juste, où tout le monde sera gagnant.*

Pour parvenir à ces fins, le commerce équitable vise à mettre en place, au sein du commerce international, des règles avantageant les petits producteurs par rapport aux conditions commerciales habituelles (prix minimum garanti ou plus élevé que le cours mondial, préfinancement des récoltes, soutien technique éventuel, etc.). Pour financer ces mesures, les entreprises de transformation et de distribution occidentales s'engagent à réaliser moins de profit et/ou à faire payer le surplus aux consommateurs. En échange, les coopératives du Sud s'engagent à respecter certains principes tels un fonctionnement démocratique, les droits édictés par l'Organisation Internationale du Travail, l'utilisation des bénéfices pour des actions d'amélioration de l'outil de production ou de développement, etc.

---

* Pour une démonstration de l'inégalité du commerce international et des mécanismes d'appauvrissement des pays du Sud par les pays du Nord, se reporter aux brochures *Pourquoi la dette des pays du Sud, La dictature du rendement, Que devient l'aide au développement ?* et *De la Françafrique à la Mafiafrique* (Les renseignements généreux, http://rengen.ouvaton.org).

Il s'agit en quelque sorte « d'humaniser » le commerce international pour *corriger* sa tendance inégalitaire et précarisante.* En toile de fond, nous retrouvons l'idée selon laquelle capitalisme, équité et justice sont compatibles, si des réformes adéquates sont mises en place. Apparaissent également l'imaginaire du « développement » et son corollaire : le bien-être économique comme source de bien-être social.**

L'espoir d'une telle initiative réside généralement dans le pari de la *contagion ;* si tous les consommateurs, rebaptisés pour l'occasion « consommateurs responsables » ou « consom'acteurs », se mettent à bouder les produits non équitables, toutes les autres filières commerciales et industrielles seront forcées de rejoindre cette alternative. Elles généraliseront des règles sociales bannissant la précarité.

Cet espoir est-il fondé ? Le commerce équitable peut-il réellement lutter contre le rapport de domination Nord/Sud ? Il est permis d'en douter. À nos yeux, même si tous les produits du Sud vendus au Nord étaient issus du commerce équitable, les constats suivants seraient toujours d'actualité :

- ***La valeur ajoutée des produits reste au Nord***
  Usines de torréfaction, chocolateries, conserveries... La quasi-totalité de l'industrie de transformation des matières premières est occidentale. Comparée au prix de vente final du produit, la part revenant aux petits producteurs reste faible. Elle est de l'ordre de 1 à 5% dans le commerce international classique. Avec le commerce équitable, elle avoisine au mieux 20%. Mais, globalement, les pays occidentaux -en premier lieu les multinationales- gardent l'avantage. Hormis quelques initiatives exceptionnelles, les petits producteurs du Sud sont aujourd'hui dans l'incapacité économique et technique de mettre en place leurs propres filières de transformation.
- ***La logique reste exportatrice***
  Les pays du Sud produisent *pour* les pays du Nord. Généralement, eux-mêmes ne consomment pas les produits finis. Par exemple, la consommation de café par les Ivoiriens ou de chocolat par les Colombiens est anecdotique. Autrement dit, ce sont les pays du Nord qui créent la demande, les pays du Sud qui y répondent.***

---

* C'est le sens du fameux slogan « Trade, not aid » (du commerce plutôt qu'une assistance) repris par plusieurs campagnes en faveur du commerce équitable. Notons que Margaret Thatcher et Ronald Reagan l'utilisaient, eux, pour promouvoir le libéralisme dans les échanges Nord/Sud (cf. *L'an 501,* Noam Chomsky, éd Ecosociété, 1996).

** cf. brochure *L'idéologie du développement* (Les renseignements généreux, http://rengen.ouvaton. org).

*** Le constat est le même pour les initiatives du tourisme « équitable » ou « solidaire » : on questionne davantage les conditions du tourisme que le sens qu'il revêt, à commencer par son manque évident de réciprocité. (cf. brochure *En vacances j'oublie tout ?* éd Ritimo, 2005).

- ***La logique reste productiviste***
  La monoculture, l'amélioration des rendements, la recherche de qualité et de quantité restent la plupart du temps un leitmotiv pour les producteurs. Dans un contexte d'économie concurrentielle, ils cherchent à maximiser leurs profits, commerce équitable ou non.*

Productivisme, économie basée sur les exportations, faible valeur ajoutée : ces trois tendances du commerce international dans les pays du Sud sont inscrites au coeur du système capitaliste, depuis sa mise en place par la colonisation occidentale. Elles ont généralement été reprises et encouragées par l'idéologie du développement.

Bien sûr, le commerce équitable constitue pour les producteurs du Sud un commerce « *moins pire* » *ou* « *un peu moins injuste* » que le système classique. Ceux qui en bénéficient constatent généralement la différence. Nos critiques peuvent même leur paraître déplacées. Les producteurs du Sud sont d'ailleurs très nombreux à souhaiter participer au commerce équitable. Ils sont généralement déçus par le manque de succès relatif de cette filière dans les pays riches, et souhaitent que ce marché se développe. Indéniablement, cette initiative répond à une demande et suscite un engouement au Sud.**

Mais cet engouement pour le commerce équitable ne supprime pas les questions de fond. Sa dynamique s'inscrit toujours dans une logique de *développement* et de capitalisme. Et celle-ci mène à une impasse. Il suffit d'étudier les mécanismes actuels de la dette des pays du Sud ! Les producteurs auraient davantage intérêt à se consacrer à des cultures vivrières, chercher un modèle de développement qui leur soit propre, expérimenter des modes d'échanges radicalement différents, voire sortir du commerce international.

Justement : que se passerait-il si les producteurs du Sud décidaient, soudain, d'arrêter de produire et d'exporter des matières premières ? Ce serait une catastrophe en Occident. Métaux, uranium, pétrole, produits alimentaires... Les industries du Nord sont dépendantes d'un apport massif de matières premières du Sud. Les pays occidentaux n'ont aucun intérêt à ce que les pays du Sud soient économiquement autonomes.***

---

* cf. brochure *L'agriculture de destruction massive* (Les renseignements généreux, ibid.).

** On estime entre 1 et 3 millions le nombre de producteurs du Sud bénéficiant des conditions du commerce équitable, et il existe un nombre encore plus conséquent de producteurs souhaitant y participer. Il faut bien prendre en compte cette pression des producteurs pour comprendre la motivation très importante des militants occidentaux qui souhaitent développer le commerce équitable.

*** Un seul exemple : en 2003, les produits pétroliers représentaient près de 50% de l'énergie totale consommée en France. Le pétrole est importée pour 30% de la mer du Nord, 24% du Moyen-Orient et 22% d'Afrique. En 2001, 78% de l'électricité consommée en France était d'origine nucléaire mais plus de 60% de l'uranium est importé d'Afrique (Niger, Gabon...) (source : Ministère de l'économie et des finances).

Pour toutes ces raisons, le commerce équitable peut être perçu comme de "parfaites menottes". Là où le commerce international "classique" crée une pauvreté insoutenable, le commerce équitable pourrait, au contraire, maintenir le Sud en état de survie suffisant, voire confortable, permettant à l'activité exportatrice et à la course au développement économique de se perpétuer. Le commerce équitable enferme les producteurs du Sud dans une logique Nord/Sud tôt ou tard désastreuse.

 Du coton équitable de Françafrique ?

L'association Max Havelaar délivre le label du même nom aux produits dont les filières commerciales respectent les principes du commerce équitable. Elle effectue des contrôles et met en relation producteurs du Sud et entreprises du Nord.

Cette association a récemment signé un accord de partenariat avec la société Dagris, multinationale agro-industrielle française spécialisée dans la culture et l'importation de coton. Il s'agit d'oeuvrer en commun pour faire la promotion du « coton équitable ». Cet accord a reçu le soutien du ministère des Affaires étrangères qui a accordé à Max Havelaar une aide de 610 000 euros.



Ce partenariat suscite de multiples controverses. La société Dagris a en effet été accusée de soutenir de multiples dictateurs à se maintenir au pouvoir (Mali, Sénégal, Cameroun, Niger), et de jouer un rôle dans « la Françafrique », ce vaste système de confiscation des indépendances des anciennes colonies françaises.*

Enfin, Dagris a passé des contrats avec le Cirad** de Montpellier pour étudier le développement du coton transgénique. Notons que le même Cirad avait été envahi par la Confédération paysanne et des paysans indiens pour dénoncer les recherches sur le riz tansgénique.

Source : article « Max havelaar, dérive totale », revue *Silence* n°323, mai 2005, article lui-même inspiré du journal *Politis,* 17 mars 2005

* cf. brochure *De la Françafrique à la mafiafrique* (Les renseignements généreux)
** Centre de coopération internationale en recherche agronomique.

II Le commerce équitable est une impasse écologique

Le transport des bananes s'effectue dans des bateaux frigorifiques spécialisés, des "bananiers". Les bananes sont stockées dans des cales réfrigérées à ± 14°C pour empêcher leur mûrissement. Ces bananes ont été cueillies la veille. Le voyage dure environ 11 jours.

site internet de l'entreprise Van Damme, février 2005

On estime que le transport maritime génère environ 12 % de la pollution des océans.

Rapport des Nations Unies, 1998

Dans certaines publicités, le commerce équitable est associé au concept de *développement durable* ou à la préservation de l'environnement. Pourtant, tant qu'ils seront basés sur les énergies fossiles (et on voit mal comment il pourrait en être autrement), les transports sur des milliers de kilomètres de produits du Sud ne seront pas écologiques. Autrement dit, manger des bananes ou du chocolat, c'est accepter les pollutions générées par leur transport. De plus, le conditionnement des produits alimentaires équitables ne se démarque généralement pas de celui des produits de consommation classiques : suremballage, produits plastiques, etc.

Cette problématique est évidemment la même pour tous les produits consommés en Occident*. Mais ce que nous tenons à souligner, c'est qu'un monde où tous les produits seraient issus du commerce équitable irait également vers le désastre écologique qui se produit actuellement (réchauffement planétaire, pollution, épuisement des ressources, etc.). C'est pourquoi commerce équitable et écologie sont incompatibles. Qui souhaite agir de la manière la plus écologique possible ne consommera que des produits locaux, de saison, et non des produits issus du commerce équitable.

* y compris certains produits issus de l'agriculture biologique... Par exemple, peut-on raisonnablement parler de « barres de céréales bio » quand chacune des barres est emballée individuellement, le tout vendu dans un paquet en carton plastifié, et que les denrées qui constituent la barre ont voyagé, par camion ou avion, sur des milliers de kilomètres ?

 L'empreinte écologique du jus d'orange

Le jus d'orange. Un produit anodin, banal. Et pourtant... 90% du jus d'orange est consommé en Europe, au Japon et aux États-Unis. Plus de 80% du jus d'orange bu en Europe provient du Brésil, principal producteur mondial. L'Allemagne est le plus gros consommateur mondial, avec 21 litres par habitant et par an. Ce jus d'orange effectue un voyage d'environ 12 000 km pour aller du Brésil en Allemagne.

La fabrication du jus d'orange nécessite de l'eau et du pétrole. Le pétrole sert comme énergie pour le procédé de concentration du jus, pour le transport et la congélation. L'eau est, quant à elle, évaporée lors de la phase de concentration, puis diluée après l'arrivée en Allemagne.

En tout, chaque tonne de jus d'orange brésilien nécessite environ cent kilos de pétrole et 22 tonnes d'eau. Ces chiffres ne tiennent pas compte de l'énergie utilisée pour obtenir le pétrole et la fabrication des usines de transformation. Aux États-Unis, où la culture des orangers nécessite une irrigation intensive, un litre de jus d'orange nécessite en moyenne 1 000 litres d'eau et deux kilos de pétrole.

Rapporté aux surfaces agricoles nécessaires, il faut environ 24 m^2 de terrain pour produire les 21 litres de jus d'orange que boit annuellement un Allemand. Autrement dit, la consommation totale annuelle de jus d'orange, en Allemagne, nécessite 150 000 hectares au Brésil, soit trois fois plus que la surface consacrée aux cultures fruitières en Allemagne. Si tous les habitants de la planète consommaient autant de jus d'orange, il faudrait des orangeraies sur plus de trois fois la superficie totale d'un pays comme la Suisse. Pour le seul jus d'orange. Équitable ou non.

De manière générale, si tous les habitants de la planète avaient un mode de vie identique à celui en vigueur dans les pays industrialisés, il faudrait une surface totale équivalente à deux planètes Terre supplémentaires. Dans ce contexte, comment ne pas être sceptique lorsque l'association Max Havelaar propose de *« démocratiser la consommation de produits équitables en la rendant accessible au plus grand nombre* » ? (site internet de Max Havelaar France, avril 2005)

Source : *Vers une écologie industrielle,* Suren Erkman, éd Charles Léopold Mayer, 2004

III Le commerce équitable se nourrit de la société de consommation

> Des slogans comme « Consommez éthique » ou « Achetez équitable » sont contradictoires et pervers, car ils reprennent ce qui fait problème : l'impératif de consommer.
>
> Serge Latouche
> *Justice sans limites,* éd Fayard, 2003

Artisanat, poteries, mangues séchées, café sont-ils des produits indispensables ? La question mérite d'être posée. Quoi qu'il en soit, le commerce équitable ne semble pas rompre avec la société de consommation :

La publicité. Les slogans « équitables » sont de même nature que le discours publicitaire dominant et utilisent les mêmes principes : simplification, incitation à la (sur)consommation, appel à l'émotion*, infantilisation. Il s'agit de créer une pulsion d'achat assortie de "bonne conscience". Rares sont les appels au raisonnement, aux réflexions sur la complexité du monde.**

La diffusion. Jusqu'à présent, la fédération *Artisans Du Monde* a choisi une diffusion indépendante (boutiques essentiellement gérées par des bénévoles), ce qui ne lui permet pas de toucher la population dans son ensemble. De son côté, l'association *Max Havelaar* cherche à « *aller là où le client se trouve* », c'est-à-dire massivement en grandes surfaces. Quand on connaît les conditions de travail dans la grande distribution, les considérations écologiques pitoyables, les impacts sur les commerces de proximité, la pression politique exercées par les supermarchés***, peut-on nommer *équitable* un produit se trouvant sur de tels rayons ? Entre diffusion restreinte à un public « averti » et caution d'un système socialement et écologiquement destructeur, que choisir ? On retrouve ici la question de la cohérence entre les fins et les moyens. De fait, actuellement, selon le type de denrées, 55 à 90% des produits bio et/ou équitables sont distribués par les grandes et moyennes surfaces.

---

* Les photos de petits producteurs du Sud sur les paquets de café équitable, souriants mais pauvrement vêtus, font penser à l'imagerie du début du siècle, celle du « bon pauvre », travailleur mais injustement payé. De la charité pour masquer l'horreur capitaliste.

** Au sujet des effets sociaux du discours publicitaire, lire la brochure *A la conquête de notre imaginaire* (Les renseignements généreux, ibid.).

*** Concernant l'impact social des grandes surfaces, lire *Les coulisses de la grande distribution*, Christan Jacquiau, éd Albin Michel, 2000. Lire également le journal CQFD, qui consacre régulièrement des articles très précis à ce sujet (http://www.cqfd.org).

IV Le commerce équitable est la façade éthique des multinationales

> La mondialisation engendre, aujourd'hui, bien des peurs : peur de voir s'aggraver les dangers réels que court notre environnement, peur de voir s'accentuer les déséquilibres entre les pays, les régions et les peuples, peur en somme de perdre toute maîtrise de l'avenir. Chez Carrefour, nous avons, au contraire, foi dans l'avenir du monde. Présents dans 29 pays, nous vivons cette "mondialisation positive" de l'intérieur, au cœur des populations, et croyons qu'une mondialisation équitable, respectueuse de la diversité de chacun, est possible. [...] Engagés depuis des années dans une démarche de développement durable, nous nous efforçons, jour après jour, de concilier les impératifs économiques propres à notre entreprise avec les besoins de la société, le respect des règles de l'économie et la protection de l'environnement.
>
> Daniel Bernard, PDG de Carrefour*
> Extrait de « Le développement durable : une façon de "positiver" la mondialisation »
> site internet de Carrefour, mars 2005

Les pionniers du commerce équitable savent combien les réseaux de grande distribution se sont lancés timidement dans l'aventure équitable, bien souvent après avoir subi la pression d'associations (campagnes de pétitions, boycott, etc.). Désormais, ces réseaux appliquent la même stratégie que pour le bio ; il s'agit de contenir la consommation de produits équitables dans une "niche commerciale" représentant quelques pourcentages du marché, réservée aux classes moyennes ou aisées.**

Parallèlement, les professionnels de la communication ont très bien saisi l'intérêt d'instrumentaliser l'image vertueuse du commerce équitable. Proposer ce type de produits est générateur d'une bonne conscience qui peut facilement être détournée au bénéfice d'autres symboles, à commencer par la renommée de l'entreprise. Parce qu'elle propose, parmi ses 100 000 produits référencés, une dizaine de produits labellisés *Max Havelaar*, la chaîne de grande distribution *Monoprix* n'hésite pas à s'auto-proclamer « magasin citoyen ». *La Redoute* également. Et pourtant, ont-ils diminué leur pression sur leurs fournisseurs ? Que

---

* Notons que Daniel Bernard a été évincé de Carrefour en février 2005. Ses indemnités totales de licenciement s'élèvent à 38 millions d'euros, presque un record français. C'est l'équivalent de plus de 3 000 années de salaire d'une caissière (*Le Nouvel Observateur*, 29 avril 2005).

** Une des techniques consiste à maintenir des prix artificiellement élevés sur les produits issus du commerce équitable.

dire de tous les autres produits non-équitables ? Les conditions de travail des caissières se sont-elles améliorées ? Où est la réflexion écologique pour diminuer le volume des emballages, supprimer les pesticides et les additifs cancérigènes ? ... Évidemment, non. Il nous semble qu'un supermarché ne sera jamais « équitable » ou « citoyen » puisque sa structure et son principe de fonctionnement tendent à créer l'inverse.

Parions d'ailleurs que des labels de commerce équitable « au rabais » (c'est-à-dire répondant à des normes moins contraignantes) sont en préparation. Si la demande de produits équitables devient significative, la machine commerciale surgira aussitôt pour faire du profit avec cette nouvelle tendance. Des cabinets de conseil internationaux s'intéressent déjà à la question, et pourraient proposer leurs propres définitions et pratiques de commerce équitable. La capacité de récupération est une caractéristique du capitalisme. Ces tentatives seront, à coup sûr, des succès, car la machine de propagande commerciale est d'une puissance sans commune mesure avec celle du milieu associatif. Demain, une grande surface peut très bien lancer une campagne sans fondement sur le thème « *Nous contribuons au commerce équitable : chaque produit de notre marque respecte le cahier des charges du commerce équitable* ». Bien que beaucoup de gens ne seraient pas dupes, l'impact sur l'imaginaire collectif serait important.

Pour le système commercial dominant, le commerce équitable n'est pas un danger. Son image vertueuse est facilement récupérable. Les quelques produits équitables distribués seront, de plus en plus, brandis pour masquer les 100 000 autres produits qui ne font l'objet d'aucune réflexion sociale et environnementale ; l'essentiel est de légitimer le système dominant.[*]

---

* Nous retrouvons ici la même problématique de récupération politique et commerciale que pour le développement durable... cf. la brochure *L'idéologie du développement* (Les renseignements généreux, ibid.).



Du café équitable à Mac Donald's ?



C'est désormais le cas dans les 130 restaurants "Mc Do" en Suisse. Finalement, par rapport à l'intégration de ces produits en grandes surfaces, il ne s'agit que d'un degré supplémentaire dans ce qui nous semble une contradiction. Mais son effet symbolique - Mac Donald's étant une multinationale renommée pour sa malbouffe, sa pollution et la précarité de ses salariés - a au moins l'avantage d'exacerber cette question : un produit peut-il encore se dire « équitable » dans un tel contexte ? Plus généralement, la fin justifie-t-elle les moyens ?

Interrogé à ce sujet, le président de Max Havelaar France concentre son argumentation sur l'aide aux petits producteurs. Le choix de Mc Donald's est perçu comme un *« aboutissement positif »* même si cela ne doit pas servir *« d'alibi à des pratiques condamnables »* : « *Aujourd'hui, n'importe quelle entreprise peut décider de consommer biologique ou équitable. La question qui est posée est de savoir s'il faut mettre en place des actions visant à les en empêcher. Notre réponse est claire : nous souhaitons le développement de la consommation de produits du commerce équitable, et ce dans le cadre de deux objectifs prioritaires : d'une part, répondre aux besoins des producteurs défavorisés des pays du Sud, d'autre part, au-delà de la survie de milliers de familles au Sud, contribuer au changement des pratiques du commerce mondial.* »

Patience, le hamburger équitable servi par des salariés précaires arrive ?!

Pour un approfondissement de ces questions,
lire le numéro de novembre 2003 du magazine *SILENCE.*

IV Le commerce équitable légitime le capitalisme

Ce sont parfois les mêmes qui trouvent pratique, voire « génial », de pouvoir faire leurs courses par Internet ou commander une pizza par téléphone, et qui par ailleurs militent ou pétitionnent contre la précarité et les mauvaises conditions de travail. Comme s'il était possible que les livreurs de pizza (ou toute autre sorte de soutiers de l'économie des services) soient traités décemment par des entreprises de dimension industrielle pour lesquelles la notion de qualité de service se réduit à un temps mesurable (de transport, de dépannage) et à quelques formules stéréotypées imposées aux salariés, afin de réchauffer et réenchanter artificiellement une relation commerciale profondément immergée dans les eaux glacées du calcul bureaucratico-marchand. Bien sûr, il ne s'agit pas d'assimiler tous ceux qui disent oeuvrer pour une « société plus égalitaire » ou une « mondialisation plus humaine » avec les partisans les plus fanatiques de l'ultra-libéralisme. Mais il est crucial de souligner qu'il n'y a pas grand sens à plaquer une idéologie d'amour et de fraternité universelle sur ce que nous sommes en train de faire du monde.

Matthieu Matthern, Julien Amiech
Le cauchemar de Don Quichotte, éd Climats, 2004

Face aux critiques exposées jusqu'ici, la position de la plupart des acteurs du commerce équitable pourrait se résumer ainsi : *« Vous en demandez trop au commerce équitable, ce n'est pas un mouvement politique. Nous nous concentrons exclusivement sur l'aide aux petits producteurs. »* Ces initiatives sont d'ailleurs souvent présentées comme *apolitiques*. On voit mal, par exemple, l'association *Max Havelaar* militer pour un parti ou soutenir un mouvement politique, bien que "l'avant-garde" militante du commerce équitable soit largement constituée de *"gauchistes", et bien que* certains partis politiques soient bien plus réceptifs que d'autres à cette initiative.*

---

* Les Verts militent souvent pour le commerce équitable. L'UMP, pas du tout ; mais ce parti le fera si le rendement électoral l'exige... Alain Juppé ne se sent-il pas déjà "altermondialiste" ? (France Inter, 29 octobre 2003)

Pourtant, le commerce équitable est, à nos yeux, hautement *politique* : il propose une organisation différente des échanges Nord/Sud. Il alimente l'espoir et postule qu'un "bon" développement est possible, qu'il existe un "bon" capitalisme ou une "bonne" mondialisation.[*] Ce faisant, il légitime l'idéologie du développement, du capitalisme et de la mondialisation. Il ne remet pas en question le style de vie consumériste, la société capitaliste industrielle, les réseaux de grande distribution, l'organisation géopolitique mondiale, le concept de développement, le travail basé sur le salariat, la recherche du profit, l'élargissement de l'ère de la marchandise, les limites écologiques des échanges Nord/Sud, etc.

Tout comme le concept de développement durable, le concept de commerce équitable est conçu dans ces différentes logiques. Il reste essentiellement cloisonné dans une réflexion sur l'augmentation du « pouvoir d'achat » des petits producteurs des pays du Sud. Voilà pourquoi il est, plus qu'un simple appui aux producteurs, un appui au système capitaliste.

Pourtant, les militants du commerce équitable et les mouvements anticapitalistes se rejoignent, généralement, sur la plupart de leurs positions face au monde actuel : un rejet du pouvoir accru de la finance et des grandes entreprises, un rejet de la marchandisation des rapports sociaux, de la prédominance d'une conception économiste de la société, du creusement des inégalités, des conditions de travail déplorables au Sud, etc. Ils souhaitent une transformation sociale.

Mais, contrairement aux mouvements anticapitalistes, les initiatives du commerce équitable ne proposent pas de rupture radicale avec le système dominant. Elles proposent plutôt son réaménagement. Or, il est permis de douter du succès de cet espoir. Par exemple, l'étude des mécanismes de la « Françafrique », de la dette des pays du Sud ou des paradis fiscaux montre à quel point le profit et l'exploitation forcenée constituent le moteur même du capitalisme. On voit mal comment modifier le comportement de multinationales, dont la raison d'être est la recherche du profit maximal par tous les moyens (exploitation de la main d'oeuvre, délocalisations, pillage des ressources, pollution, ingérence). A nos yeux, il est illusoire de penser qu'Elf, Nike ou Coca-Cola s'intéresseront *réellement* un jour au commerce équitable ou au bien-être des populations.[**]

---

* « Le label offre une solution pragmatique et concrète aux aspects négatifs de la mondialisation. » (extrait du site de l'association Max Havelaar, mars 2005).

** Les efforts des campagnes du collectif De l'éthique sur l'étiquette (www.ethique-sur-etiquette.org) pour faire adopter des « codes de bonne conduite » aux multinationales semblent bien dérisoires. cf. le récent film-documentaire *The corporation*, Jennifer Abbott Mark Achbar, 2004.

Dans ces conditions, pourquoi ne pas remettre en cause les fondements même du système capitaliste ? Au lieu de tenter de changer les règles du jeu, pourquoi ne pas remettre en question le sens du jeu lui-même ?

Bien sûr, cette position semble idéaliste. Le jour de la chute du capitalisme n'est pas encore arrivé... Mais, pour qui est convaincu de la nécessité d'une rupture avec les logiques actuelles, il est indispensable de combattre les idéologies qui tendent à éloigner toujours plus loin l'imaginaire anticapitaliste. C'est en ce sens que le commerce équitable peut être soumis à de vives critiques et présenté comme une promotion de « l'horreur atténuée », un endormissement de l'action politique radicale, une dépolitisation des gens.

La chute du capitalisme est un objectif qui paraît lointain et inaccessible. Mais, à l'heure actuelle, ce « doux rêve » ne nous semble pas plus invraisemblable qu'un « bon » capitalisme, plein de justice, de fraternité, d'écologie et d'équité. Il est permis de douter qu'un monde où tous les produits seraient équitables supprimerait les licenciements massifs, le travail aliénant, la domination Nord/Sud, la crise écologique, etc. Et les avantages que retirent actuellement les producteurs des pays du Sud grâce au commerce équitable semblent dérisoires comparés à l'extension des crises géopolitiques, sociales et écologiques.

On pourrait nous répondre que, contrairement à l'idéal anticapitaliste, le commerce équitable propose des initiatives concrètes, ici et maintenant. C'est sûrement une des raisons qui expliquent l'engouement des militants pour ces actions. Comparées aux expérimentations du commerce équitable, les revendications anticapitalistes paraissent stériles. Pourtant, s'il est vrai que le « Grand Soir » paraît utopique, il est cependant possible de vivre ici et maintenant en rupture avec les logiques capitalistes : pratiques de décroissance, création de groupes politiques autonomes et autogérés, actions de sensibilisation et d'information, écovillages, coopératives, SEL (Système d'Echange Local), RERS (Réseau d'Echanges Réciproques de Savoirs), jardins collectifs, zones de gratuité, ressourceries (revalorisation des objets jetés en décharge), etc. De nombreuses expérimentations concrètes existent déjà.*

* Par souci de concision, nous ne détaillerons pas ces expérimentations . N'hésitez pas à nous contacter si vous voulez en savoir davantage.

IV Le commerce équitable nous promet la « démocratie des caddies »

Les slogans du commerce équitable présentent souvent l'acte d'achat comme un vote. Le pouvoir d'achat serait pour le « consomm'acteur » l'un des derniers pouvoirs disponibles pour corriger le système capitaliste. On y retrouve une idée centrale de la philosophie libérale, selon laquelle le consommateur est roi et oriente la production des marchandises.

La réalité est bien différente. Les choix économiques sont, avant tout, des constructions politiques. Le libéralisme est par exemple une construction politique qui a nécessité et nécessite toujours de nombreuses interventions étatiques.[*] De plus, notre « pouvoir » de consommateur est très relatif :

– Nous sommes fortement influencés par le marketing de l'industrie (publicité, téléfilms, cinéma, etc.) qui oriente nos désirs en distillant une certaine vision du bonheur. Les multinationales n'ont aucun intérêt à développer une réelle conscience sociale et environnementale au sein de la population.[**] De plus, leurs capacités de manipulation sont sans comparaison avec les capacités d'information des mouvements alternatifs et des consommateurs.[***]

– Nos choix restent très limités. Nous pouvons seulement choisir entre plusieurs produits déjà présents sur les étals. Le consomm'acteur ne peut acheter ni voitures, ni logiciels équitables... (On se demande d'ailleurs ce que serait une voiture « équitable ». Sans travail à la chaîne ? Avec du pétrole « équitable » ? Sans pollution ? Sans accidents ?).

– Nous sommes à la merci de toutes les impostures : les pseudo labels équitables ou bios, etc. Car, au-delà des slogans publicitaires et de quelques garanties labellisées, nous ne connaissons finalement pas grand chose de ce que nous consommons. Et comment pouvons-nous réellement vérifier ce qui nous est dit ?

---

* Vous trouverez des exemple précis dans *Le grand bond en arrière* de Serge Halimi, éd Fayard, 2004.

** Au contraire, il s'agit d'entretenir la confusion, voire la « double-pensée ». Souvenez-vous de la campagne 2004 de Carrefour qui affirmait que « mieux consommer, c'est urgent », puis faisait la réclame des produits "premiers prix"...

*** cf. *De notre servitude volontaire, lettre ouverte à mes camarades de gauche,* Accardo, Agone, 2001

– Parler du rôle "démocratique" du pouvoir d'achat, par la « consommation responsable », c'est accepter que certains aient plus de pouvoir que d'autres... On est loin de l'égalité politique pour tous, fondement de la démocratie.

– Enfin, notre pouvoir d'achat dépend essentiellement de notre condition de travailleur. Or, non seulement le marché du travail est en crise, mais il constitue pour beaucoup une aliénation, une activité absurde.*

Pour toutes ces raisons, la rhétorique du consom'acteur est dangereuse. Elle désamorce le fait que les vrais changements de société passent davantage par des mobilisations politiques, des rapports de force et des remises en cause profondes, individuelles et collectives, que par des comportements économiques individuels. Nous n'avons pas envie de réduire nos choix à un café équitable ou non, dans un supermarché. Nous voulons la disparition des grandes surfaces et de la logique de profit qui les sous-tend. Nous ne voulons pas être des « consomm'acteurs », nous voulons être des *acteurs* tout court, nous voulons participer aux choix de nos vies.

Lorsque nous lisons des ouvrages sur la *Françafrique*, sur le double-langage du développement, sur l'impact de la société industrielle, sur la vie des producteurs du Sud, nous n'avons plus envie d'un commerce équitable, ni d'un développement durable. Nous avons plutôt envie d'une sortie radicale du capitalisme, d'une révolution, ce qui *« ne signifie pas les torrents de sang, la prise du palais d'Hiver, etc. Révolution signifie une transformation radicale des institutions de la société. »***



* cf. *Manifeste contre le travail* de Krisis (disponible sur http://infokiosques.net)et le film *Attention Danger Travail* (P.Carles, C. Coello et S.Goxe, 2003)

** Cornélius Castoriadis, *Une société à la dérive,* éd Seuil, 2005

En guise de conclusion, une page de pub…

KALACHNEQUI

Les premières kalachnikovs équitables



Cette arme de tradition millénaire est fabriquée par une coopérative de petits producteurs russes dans des conditions sociales dignes, sans travail des enfants. Cette coopérative fonctionne de manière démocratique et a reçu le label Mox Houvelor.

Avec KALACHNEQUI,
la guerre devient enfin *équitable* !

Une fausse publicité trop provocante ?

Ce que nous tentons d'évoquer par cette fausse de publicité, c'est, à nos yeux, la nécessité d'interroger les implications humaines et écologiques des produits que nous consommons, en particulier en Occident.

Tout le monde serait d'accord pour dénoncer l'aberration d'une kalachnikov équitable ; un engin de mort ne peut être qualifié d'équitable, tout comme une guerre ne sera jamais propre, ni une roue carrée. Mais le cacao ? Comme le café, les mangues séchées, les poteries ou les tissus colorés, le cacao est apparemment inoffensif (le chocolat, c'est tellement bon). Remettre en cause la présence de chocolat sur nos étals paraît déplacé, incongru, « radical ».

Pourtant, le cacao est-il vraiment inoffensif ? Si l'on pense aux générations de paysans qui, dans des conditions misérables, passent leur vie à produire ces fruits qui partent pour l'exportation (et dont ils ne voient jamais le produit fini), à toutes les terres fertiles utilisées au détriment des cultures vivrières, à toutes ces vies qui auraient pu s'épanouir vers une autre direction que la production de cacao (même équitable), à toute la pollution générée par les engrais utilisés et le transport longue distance, à toutes les forêts détruites pour semer ces plants, ce produit est-il, en fin de compte, si inoffensif ?

Le commerce équitable questionne le contexte social de fabrication des produits. Pourquoi ne pas questionner l'existence même de ces produits de l'autre côté de la planète ?

Dans son livre *Garduno en temps de paix* (éd Requins Marteaux, 2002), Philippe Squarzoni présente une carte postale intitulée « l'art du chocolat » : il s'agit d'une carte qui illustre la découverte et la fabrication du chocolat, depuis le bâteau de Cortès qui, en 1519, arriva dans la rade de Vera Cruz, jusqu'aux actuelles tablettes de chocolat. Une carte postale que tout enfant jugerait anodine. Pourtant, Squarzoni rappelle que l'arrivée du bâteau de Cortez en 1519 sonna le glas pour les civilisations indiennes ; la Conquista espagnole a exterminé entre 6 et 10 millions d'Indiens. C'est le plus grand génocide connu de l'histoire de l'humanité. *« Le bâteau de Cortès n'est pas un symbole anodin, il signifie que notre civilisation s'est bâtie sur l'esclavage de milliers d'Indiens, l'exploitation de leurs richesses, la destruction de leur culture, et leur extermination. Le bâteau de Cortès incarne ce génocide fondateur. Mais voilà le symbole vidé de son contenu. Le passé maîtrisé. Neutralisé. Présenté comme ça, sur une simple carte postale, il devient même un symbole positif : grâce à la Conquista, nous mangeons du chocolat ! Bon appétit ! »*

Annexe 1

Y-a-t-il quand même du « bon » dans le commerce équitable ?

> Nous ne cédons pas ici au grand jeu de la surenchère idéologique et verbale. Il ne s'agit nullement pour nous de se conformer à la vieille tradition gauchiste qui consiste à taper le plus fort possible sur les courants dont on se sent le plus proche et dont on veut à tout prix se distinguer.
>
> Matthieu Amiech, Julien Mattern
> *Le cauchemar de Don Quichotte,* éd Climats, 2004

Les critiques exposées jusqu'ici sont acerbes. Ne sont-elle pas trop sévères ? Pour qui n'est pas en accord avec l'ensemble des présupposés et finalités du commerce équitable, cette initiative ne porte-t-elle pas, malgré tout, certains espoirs, notamment en terme de sensibilisation ?

Le commerce équitable tente de faire naître un questionnement chez le consommateur occidental : *Ce que je consomme, qui l'a fait ? Comment ? Dans quelles conditions ? Quelles sont les conséquences humaines de mon achat ?*

L'équivalent "philosophique" de ce questionnement est à nos yeux : *Ce que je fais, quelle en est la conséquence sur mon entourage, sur mon milieu social, sur le monde ?* Or, cette réflexion nous semble à la base de tout désir de transformation sociale. Nous sommes convaincus que celui qui questionne l'impact de la société sur l'Humain ne peut que partager un profond sentiment de révolte.

La réflexion du commerce équitable contient ainsi, à nos yeux, un certain élan d'empathie et d'altruisme. Cet élan peut constituer le point de départ d'un cheminement réflexif. Par exemple, nous pourrions caricaturer des déclics possibles de la manière suivante :

Ce café est équitable.
▶ ▶ ▶ Et les autres cafés ?
▶ ▶ ▶ Et les autres produits alors ? Que serait une voiture équitable ? Est-ce vraiment possible ?

Il faut réfléchir aux impacts sociaux de production du café.
▸ ▸ ▸ Pourquoi boire du café ?
▸ ▸ ▸ Quels sont les impacts sociaux d'une voiture ?

Réflexion sur les conditions sociales de production au Sud.
▸ ▸ ▸ Quelles sont les conditions sociales de production au Nord ?

Quelles sont les causes de la précarité des petits producteurs du Sud ?
▸ ▸ ▸ Quelles sont les causes de la précarité des personnes ici ?

Les inégalités sont de plus en plus fortes entre pays du Sud et pays du Nord.
▸ ▸ ▸ Et les inégalités au sein des pays du Nord ?

Nous pourrions multiplier ces exemples. Autrement dit, si le commerce équitable encourage les « *consommateurs responsables* » à « *intégrer des critères humains et environnementaux* » dans le choix des produits qu'ils consomment*, alors parions que ces « *consomm'acteurs* », s'ils poussent le raisonnement jusqu'au bout :

– ne consommeront plus dans les supermarchés mais dans les marchés de producteurs locaux,
– privilégieront les produits locaux, biologiques et de saison,
– bouderont les produits exotiques,
– consommeront considérablement moins.

Allons plus loin ; s'ils s'interrogent sur les racines de l'exploitation Nord/Sud, sur les raisons du fossé de plus en plus grand entre riches et pauvres partout dans le monde, sur les causes du désastre écologique, les « *consommateurs responsables* » risquent fort de remettre en question la société industrielle et le capitalisme dans son ensemble.

Osons parler de rôle éducatif. La découverte du commerce équitable peut créer une étincelle, un questionnement, des occasions de débat, toucher des personnes habituellement peu réceptives aux questions de solidarité. Par sa consensualité, le commerce équitable peut « ouvrir une porte » à des personnes habituellement fermées à ce type de réflexion.

* « Devenir un consommateur responsable, c'est ne pas simplement acheter en fonction du prix ou des caractéristiques propres du produit, mais aussi en intégrant des critères humains et environnementaux. » Extrait du site de l'association Max Havelaar

Le commerce équitable serait-il une sorte de *cheval de Troie* qui, une fois rentré dans le raisonnement d'un individu, explose progressivement en une série de questionnements, aboutissant à des bouleversements de modes de vie, de pensée et d'action politique ? C'est un pari. Si les humains ont « *le courage de tirer les conséquences de ce qu'ils savent* »*, le questionnement du commerce équitable peut potentiellement bouleverser notre rapport à l'autre et à la société, et créer une contagion.

Mais ne nous laissons pas abuser par la gigantesque demande de bons sentiments, dans notre société si sèche et aride sur le plan humain. Beaucoup de « Don Quichotte » cherchent des « moulins » pour donner un sens à leur existence. Le commerce équitable croise forcément le problème de la quête de bonne conscience. Parions que nombreux seront ceux qui achèteront toute leur vie du café labellisé Max Havelaar pour le sucrer avec du Nestlé ou rouler au diesel.** Notre société distille de puissants immunisants aux contagions altruistes... Pour le dire autrement, avec un peu d'humour : *« On peut très bien manger bio et boire équitable, tout en continuant à exploiter son prochain »*.*** Or, à nos yeux, c'est incohérent. Si l'on exige de la "justice" et de "l'équité" dans son café, comment ne pas étendre sa réflexion aux autres pans de sa vie ?

Selon nous, si espoir du commerce équitable il y a, il réside dans la contagion d'une soif de transformation sociale, l'exigence généralisée d'application des principes d'altruisme et d'humanité, l'exigence de cohérence. Le commerce équitable pourrait être une première source de sensibilisation vers une transformation sociale nécessaire dans un monde inacceptable.

---

* Sven Lindqvist, *Exterminez toutes ces brutes !*, éd le serpent à plumes, 2000

** Il suffit d'observer les acheteurs de produits équitables et bio : une majorité de personnes issues de classes moyennes ou aisées... Pour les riches les bons produits bio et équitables ; pour les pauvres les produits premiers prix ! Cette sélection de la qualité de vie par le pouvoir d'achat, cette inégalité au coeur de notre société, telle est l'essence du capitalisme.

*** Bel exemple de 'double-pensée'... cf. brochure *A la conquête de notre imaginaire* (Les renseignements généreux)

Annexe 2

Du commerce équitable à la décroissance

« Je ne cherche à convaincre personne. [...] [Je m'adresse à celles et ceux] qui une fois dans leur vie se sont posées la même question que moi (devant leur poste de télévision, au bureau, à l'usine, dans un embouteillage, au supermarché) : « Qu'est-ce que je fais là, qu'est-ce qu'on est en train de me faire ? » [...] [J'ai renoncé à] l'illusion d'être entendu de quiconque n'a pas pris conscience, au moins obscurément, que l'organisation indigne du monde le forçait à vivre dans l'indignité. Je m'adresse donc à ceux qui ont trébuché au moins une fois dans leur vie sur le chemin des certitudes et, souffrant de l'injustice du système dominant, souhaitent son réaménagement.

IL N'EXISTE PAS D'AMÉNAGEMENT POSSIBLE. Le système-monde actuel (capitalisme + science + industrie) se trouve confronté à un problème insoluble. D'un côté il ne peut profiter qu'à un petit nombre de nantis sous risque de foutre l'écosphère en l'air. De l'autre, le mouvement d'autoreproduction qui l'anime aspire inéluctablement dans le giron de son « développement » la population de la planète non encore intégrée. Une fois dépossédée de ses moyens de subsistance et piégée à la périphérie, celle-ci n'a alors d'autre ressource que de tenter par tous les moyens de progresser vers le centre pour y gagner en confort ce qu'elle a perdu en liberté.

C'est à cette impasse de la pensée que chacun de nous doit désormais se confronter : pour nous permettre de simplement maintenir notre niveau de vie, le capitalisme nous impose une croissance économique infinie, dont nous savons désormais qu'elle est incompatible avec la sauvegarde d'une planète par nature finie. Compte tenu de la croissance démographique prévisible, de la légitime aspiration des peuples de la périphérie à voir leurs besoins satisfaits, de la dégradation du substrat biologique de la planète et de la totale inanité des solutions techno-scientifiques proposées, nous n'avons d'autre issue que d'entrer dans une phase de « décroissance », donnant ainsi le coup de pied de l'âne à une économie mondiale qui n'en demandait pas tant pour se trouver au plus mal. »

Hervé René Martin
La fabrique du diable - La mondialisation racontée à ceux qui la subissent II, éd Climats, 2003

OXYMORE

Figure de style qui consiste à allier deux mots de sens contradictoire pour leur donner plus de force expressive.

exemples :
développement durable,
consommation responsable,
capitalisme à visage humain,
ou...
commerce équitable.

Les renseignements radicaux
avecnous@no-log.org